

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Kajian Penelitian Terdahulu

Rakhiemah dan Agustia (2009) meneliti tentang Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* Dan Kinerja *Finansial* Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Kinerja lingkungan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap variabel *CSR Disclosure*. Hal penelitian ini kinerja lingkungan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *CSR Disclosure*, kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja finansial perusahaan serta *CSR Disclosure* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja finansial.

Kamil dan Herusetya (2012) meneliti tentang Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitian ini menghasilkan profitabilitas, likuiditas dan solvabilitas tidak berpengaruh terhadap pada pengungkapan *CSR*. Pengungkapan *CSR* bagi seluruh perusahaan publik harus diungkapkan secara *mandatory* dan tidak lagi bersifat *voluntary*, sehingga karakteristik perusahaan (profitabilitas, solvabilitas, dan likuiditas) diduga menjadi kurang relevan terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

Oktalia (2014) meneliti tentang pengaruh kinerja lingkungan dan profitabilitas terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Hasilnya kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Hal ini dikarenakan baik atau buruknya kinerja lingkungan yang dilakukan oleh

perusahaan belum tentu meningkatkan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dikarenakan profitabilitas yang tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial. Manajemen lebih tertarik untuk mengungkapkan informasi keuangan saja dan menganggap tidak perlu melaporkan informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan.

Fajrina (2014) meneliti tentang Pengaruh Kinerja lingkungan, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Manajemen Laba Dan Solvabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2011. Hasil penelitian ini menghasilkan kinerja lingkungan, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Solvabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Arbi Tovani (2015) meneliti tentang Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Perbankan Konvensional di Indonesia periode tahun 2009-2013. Hasil penelitian ini untuk variabel ukuran, leverage, solvabilitas, profitabilitas dan independensi auditor pada perusahaan perbankan secara parsial menunjukkan signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Budiman (2015) meneliti tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. hasil penelitian ini untuk variabel umur *listing* perusahaan, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, ukuran dewan komisaris, dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan, independensi komite audit, dan struktur modal tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Bahri dan Cahyani (2016) meneliti tentang Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap *Corporate Financial Performance* Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel *Intervening* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian menunjukkan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap kinerja keuangan, kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *CSR*, *CSR* berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan uji hipotesis menggunakan analisis jalur menunjukkan secara langsung *CSR* dapat memediasi hubungan antara kinerja lingkungan dengan *CSR*.

Anisah (2018) meneliti mengenai Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Komite Audit, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, Likuiditas, Profil Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dalam Laporan Tahunan. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel ukuran dewan komisaris, likuiditas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sementara variabel kepemilikan manajerial, komite audit, profitabilitas, dan profile perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

B. Tinjauan Pustaka

1. Teori Stakeholder

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970an, yang secara umum dikenal dengan teori stakeholder (*stakeholder theory*). *Stakeholder Theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang

berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk kontribusi dalam pembangunan berkelanjutan (Sudaryanto, 2011). *Stakeholder* terdiri dari pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, masyarakat, pemerintah, dan pihak lain.

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (Ghozali dan Chariri, 2007). Hal ini dikarenakan kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan yang diberikan oleh para *stakeholdernya*. *Stakeholder* perusahaan tidak hanya terdiri dari *shareholder* (investor dan kreditor) tetapi juga pelanggan, pemasok, pemerintah, badan regulator, masyarakat, termasuk lingkungan hidup sebagai bagian dari kehidupan sosial.

Teori *stakeholder* adalah sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk responsibilitas dan akuntabilitas. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap *stakeholdernya* (Nur dan Priantinah, 2012).

Seiring dengan berjalannya waktu, hubungan perusahaan dengan para *stakeholder* akan mengalami perubahan yang dinamis. Manfaat yang diterima perusahaan dalam beroperasi juga harus dapat dirasakan oleh *stakeholder*. Para *stakeholder* juga dapat memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan

tidak dapat memainkan peran secara langsung dalam suatu perusahaan. Timbulnya *stakeholder theory* ini dikarenakan perusahaan menganggap pentingnya memiliki *stakeholder* yang sangat penting di dalam perusahaan (Sudaryanto, 2011).

2. Teori Legitimasi

Perkembangan perusahaan ke depannya dapat dipengaruhi oleh legitimasi masyarakat. Teori ini menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya menjalankan bisnis yang harus berada dalam bingkai dan norma yang ditetapkan oleh masyarakat. Selama tidak terjadi pelanggaran nilai dan norma sosial oleh perusahaan, maka perusahaan akan terus mendapatkan dukungan dari masyarakat (Wardani, 2013). Perusahaan percaya bahwa dengan tidak melakukan kegiatan CSR akan membahayakan perusahaan dalam hal profitabilitas dan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Kegiatan CSR dilakukan dengan maksud untuk memenuhi harapan *stakeholder* tentang bagaimana operasi perusahaan seharusnya dilakukan sehingga aktivitas CSR dan pelaporannya merupakan alat legitimasi yang digunakan perusahaan untuk menunjukkan kepatuhan terhadap harapan tersebut (Dianawati, 2012).

Lindlomb (1994) dalam Aini (2015) menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimasi yaitu: 1) Mencoba untuk mendidik *stakeholdernya* tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerjanya; 2) Mencoba untuk merubah persepsi *stakeholder* terhadap suatu kejadian (tetapi tidak merubah kinerja actual organisasi); 3) Mengalihkan (memanipulasi) perhatian dari masalah yang menjadi perhatian (mengkonsentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif yang tidak

behubungan dengan kegagalan-kegagalan); 4) Mencoba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerjanya.

3. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)

Guidance Standard on Social responsibility. CSR menurut ISO 26000 merupakan tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan melalui perilaku yang transparan dan etis serta konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat. Memperhatikan kepentingan dari *stakeholder*, sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional serta terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi.

Tanggung jawab sosial perusahaan menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 pasal 1 ayat 3 yaitu komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Menurut Aini (2015) CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu tindakan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. *Corporate Social Responsibility* merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dengan *stakeholder* baik secara internal (pekerja, *shareholder*, dan penanam modal) maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain), dimana tidak hanya terbatas pada konsep pemberian donor saja, tapi konsepnya sangat luas dan tidak bersifat statis dan pasif.

Dari beragam pengertian CSR diatas maka dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu bentuk pertanggung jawaban yang seharusnya dilakukan perusahaan dalam dampak positif atas tindakan perusahaan tersebut kepada masyarakat yang berada di lingkungan perusahaan.

4. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*CSR Disclosure*)

Pengungkapan CSR merupakan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk suatu proses pengomunikasian CSR dari kegiatan ekonomi perusahaan kepada masyarakat (Dianawati, 2012). Pemerintah Indonesia mewajibkan perusahaan untuk menerapkan CSR melalui Undang-Undang Republik Indonesia No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang RI No.40/2007 tentang Perseroan Terbatas. Tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dianggap penting dan bermanfaat bagi pemakai untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan melayani kebutuhan berbagai pihak yang mempunyai kepentingan berbeda-beda (Suwardjono, 2014).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga didukung oleh Ikatan Akuntan Indonesia melalui Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 Paragraf 9 yang berbunyi: “perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industry dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menanggapi pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”. PSAK ini menjadi titik awal perusahaan melakukan pengungkapan atas kegiatan tanggung jawab sosialnya.

Pengungkapan CSR adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan lingkungan di dalam laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR dapat dilakukan dengan metode pengkodefikasian atau dengan metode *Global Reporting Initiative Standards*. Dalam pedoman GRI terdapat tiga komponen utama pengungkapan yang memperlihatkan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian *standards disclosures*.

Penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan laporan pertanggung jawaban social dengan menggunakan GRI Standards. *Global Reporting Initiative* adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (www.globalreporting.org). GRI digagas oleh PBB melalui *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) dan UNEP pada tahun 1997. Penelitian ini menggunakan GRI Standards karena lebih mengukung perubahan signifikan dalam hal struktur dokumen dan penggunaan bahasa. GRI Standards menggunakan skema dokumen modular dengan total 36 modul. Namun versi G4 dan Standards tidak jauh berbeda, hanya terdapat 2 indikator spesifik yang “*discontinued*” dan 42 yang direvisi. Selebihnya mengalami perubahan klasifikasi indikator (PUSAKA, 2017).

5. Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan menurut Suratno *et al.* (2006) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Perusahaan memberikan perhatian terhadap lingkungan sebagai wujud tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan. Di Indonesia, kinerja lingkungan diukur

menggunakan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup yang merupakan instrumen yang digunakan oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk mengukur tingkat ketaatan perusahaan berdasarkan peraturan yang berlaku. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan memperoleh insentif maupun disinsentif reputasi, tergantung tingkat ketaatannya.

Dasar hukum pelaksanaan PROPER adalah Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor: 12/MENLH/2002 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan (PROPER). Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup, selanjutnya diperbarui melalui penerbitan Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor: 3 tahun 2014 tentang perubahan atas Keputusan Menteri tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Kriteria Peringkat PROPER

Peringkat	Keterangan
Emas	Usaha dan atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
Hijau	Usaha dan atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan system pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumber daya secara efisien dan melakukan upaya tanggung jawab social dengan baik.
Biru	Usaha dan atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
Merah	Upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.
Hitam	Usaha dan atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran atau kerusakan lingkungan

Peringkat	Keterangan
	serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Sumber : Laporan PROPER periode 2018

6. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan yaitu dengan menggunakan rasio profitabilitas, aktivitas, solvabilitas, likuiditas dan pasar untuk mengetahui baik atau buruknya suatu perusahaan. Hal ini sangat penting agar sumber daya yang digunakan secara optimal dalam menghadapi perubahan lingkungan (Fahmi, 2011).

Munawir (2012) menyatakan bahwa tujuan dan pengukuran kinerja keuangan perusahaan sebagai berikut:

1. **Mengetahui tingkat likuiditas.** Likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek saat jatuh tempo.
2. **Mengetahui tingkat solvabilitas.** Solvabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi keuangannya apabila telah dilikuidasi, baik jangka panjang maupun jangka pendek.
3. **Mengetahui tingkat rentabilitas.** Rentabilitas atau yang biasa disebut dengan profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba.

4. **Mengetahui tingkat stabilitas.** Stabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melakukan usahanya dengan stabil, yang diukur dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk membayar hutang serta membayar beban bunga atas hutang-hutangnya tepat pada waktunya.

7. Profitabilitas

Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Segoro, 2012). Semakin Tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh sebab itu semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung semakin luas *corporate social responsibility* (Munsaidah et al., 2016). Profitabilitas yang tinggi akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program tanggung jawab sosial perusahaan.

8. Solvabilitas

Solvabilitas atau yang disebut dengan leverage merupakan perbandingan antara hutang dengan aktiva. Suatu entitas dikatakan solvable apabila memiliki asset dan kekayaan yang cukup untuk menutupi liabilitasnya, baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek apabila perusahaan dilikuidasi. Dengan demikian tingkat solvabilitas entitas dapat dijadikan indikator untuk mengukur kemampuan entitas dalam memenuhi liabilitas jangka pendek dan liabilitas jangka panjang apabila entitas di likuidasi (Johan dan Lekok, 2006).

Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya berdampak pada besarnya pengeluaran untuk partisipasinya dalam melaksanakan CSR. Stabilitas keuangan perusahaan dan resiko gagal melunasi utang bergantung pada sumber pendanaan serta jenis dan jumlah beerbagai asset yang dimiliki perusahaan (Fajrina, 2014). Menurut Rahajeng (2010) untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur, maka diperlukan tambahan informasi, termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan hal ini menunjukkan bahwa entitas memiliki peluang untuk tetap bertahan atau *going concern*.

9. Likuiditas

Likuiditas menunjukkan hubungan antara kas dan asset lancar lainnya dari sebuah perusahaan dengan liabilitas lancarnya. Likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan entitas untuk membayar semua liabilitas finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan asset lancar yang tersedia (Kamil dan Herusetya, 2012).

Kekuatan perusahaan yang ditunjukkan oleh rasio likuiditas yang tinggi akan berhubungan dengan tingkat pengungkapan CSR yang tinggi pula. Hal ini didasarkan pada kuatnya keuangan suatu perusahaan akan cenderung memberikan informasi yang lebih luas daripada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang rendah akan lebih fokus terhadap perbaikan kinerja ekonomi mereka dan memberikan perhatian yang rendah terhadap lingkungan (Rahajeng, 2010).

C. Pengembangan Hipotesis

Menurut Suratno *et al.* (2006) dengan *discretionary disclosure* teorinya mengatakan pelaku lingkungan yang baik percaya bahwa dengan mengungkapkan *performance* mereka berarti menggambarkan *good news* bagi pelaku pasar. Oleh karena itu, perusahaan dengan *environmental performance* yang baik perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih baik dibandingkan perusahaan dengan *environmental performance* yang buruk (Sudaryanto, 2011).

Hubungan ini dengan teori legitimasi yaitu teori yang berinteraksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya menjalankan bisnis yang harus berada dalam bingkai dan norma yang ditetapkan oleh masyarakat (Wardani, 2013). Perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk memberikan legitimasi aktivitas dimata masyarakat. Penelitian Rakhiemah dan Agustia (2009) dan Bahri dan Cahyani (2016) menemukan hubungan signifikan antara kinerja lingkungan dengan tanggung jawab sosial. Berdasarkan pada penelitian tersebut, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan:

H₁ : Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Profitabilitas merupakan suatu upaya untuk menghasilkan laba. Menurut Nurfadilah & Sagara (2015) profitabilitas merupakan hasil akhir dari keseluruhan kebijakan serta keputusan yang dipilih oleh manajemen. Seluruh kebijakan apapun yang ada dalam organisasi jika berjalan dengan baik dan berdampak positif akan menghasilkan kinerja yang efektif. Salah satu rasio profitabilitas

adalah *Return of Asset* (ROA). Laba yang tinggi akan meningkatkan tanggung jawab sosial yang luas oleh perusahaan. Budiman (2015) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

H₂ :Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Solvabilitas atau yang disebut dengan leverage merupakan perbandingan antara hutang dengan aktiva. Suatu entitas dikatakan solvable apabila memiliki asset dan kekayaan yang cukup untuk menutupi liabilitasnya, baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek apabila perusahaan dilikuidasi. Dengan demikian tingkat solvabilitas entitas dapat dijadikan indikator untuk mengukur kemampuan entitas dalam memenuhi liabilitas jangka pendek dan liabilitas jangka panjang apabila entitas di likuidasi (Johan dan Lekok, 2006).

Rahajeng (2010) menyatakan bahwa untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur, maka diperlukan tambahan informasi, termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang menunjukkan bahwa entitas memiliki peluang untuk tetap bertahan atau *going concern*. Jadi, perusahaan dengan rasio solvabilitas yang tinggi memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditur jangka panjang dengan cara menyediakan informasi secara lebih komprehensif. Fajrina (2014) menyatakan bahwa solvabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

H₃ :Solvabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

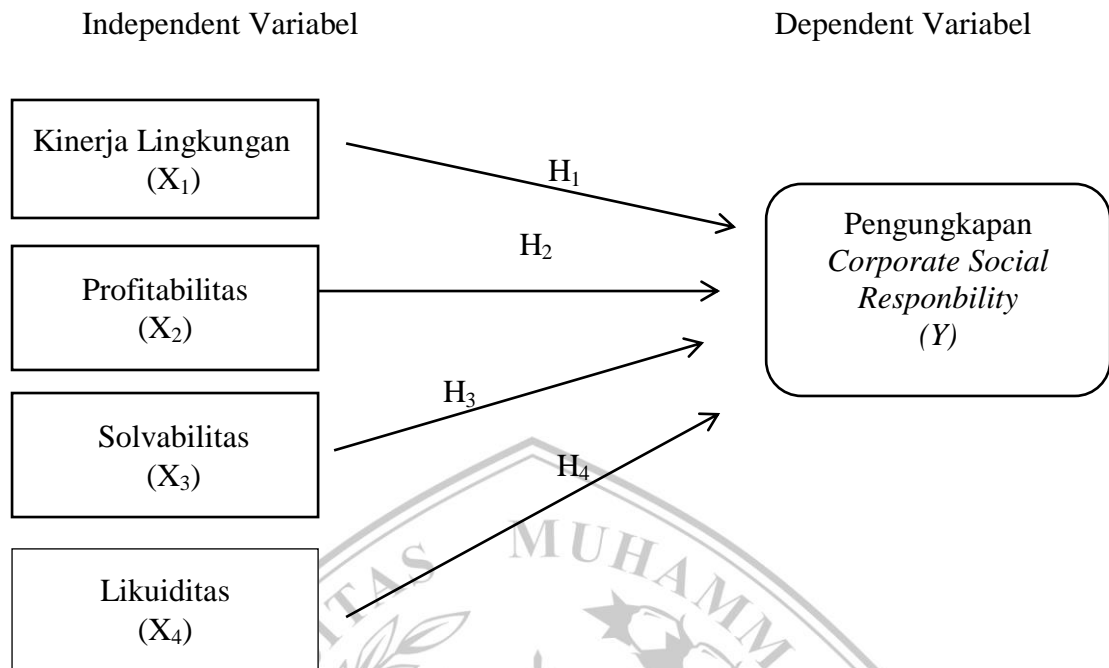
Likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan entitas untuk membayar semua liabilitas finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan asset lancar yang tersedia (Kamil dan Herusetya, 2012). Hanafi & Halim (2016) menyebutkan bahwa rasio lancar merupakan salah satu komponen rasio *likuiditas*, rasio ini menunjukkan besarnya kas yang dimiliki perusahaan. Semakin kecilnya kegagalan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek atau semakin tinggi rasio, maka semakin tinggi pula jaminan yang akan diberikan pada kreditor jangka pendek serta akan menyebabkan tingkat petanggung jawaban semakin meningkat.

Berdasarkan teori legitimasi, yang melandasi bahwa kekuatan perusahaan dapat diketahui melalui rasio likuiditas yang tinggi sehingga berhubungan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang tinggi pula. Hal ini didasarkan bahwa semakin kuat keuangan suatu perusahaan maka akan menyebabkan perusahaan cenderung memberikan informasi yang lebih luas daripada dengan kondisi keuangan yang rendah (Rahajeng, 2010).

Anisah (2018) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

H₄ :Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapn *Corporate Social Responsibility*

C. Kerangka Konseptual



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

